



SIKAP DAN PERILAKU WISATAWAN NON-MUSLIM TERHADAP PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL LOMBOK

Oleh

Muhamad Jumail¹⁾, Mahsun²⁾, Fathurrahim³⁾ & Syech Idrus⁴⁾

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: ¹thegurujoe@yahoo.com, ²mahsunalhaj@gmail.com, ³fathurrahim@gmail.com,
⁴sidroess@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai bentuk sikap dan perilaku wisatawan non-Muslim terhadap wisata halal, untuk menganalisis niat mereka untuk mengunjungi kembali wisata Lombok. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif. Data dikumpulkan melalui survei di tempat di mana siswa terlibat sebagai surveyor. Selain itu, data dianalisis dengan analisis isi dan teori perilaku terencana juga digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima dimensi yang teridentifikasi, yaitu sikap dan perilaku terhadap praktik umum pariwisata halal di Lombok, makanan halal, etika Islam, segregasi gender, dan kode dress Islami. Secara umum, teori perilaku terencana memiliki peran penting dalam membuat wisatawan non muslim berkunjung kembali ke wisata Lombok

Kata Kunci: Sikap, Perilaku, Wisatawan Non Muslim, Wisata Halal, Lombok.

PENDAHULUAN

Pariwisata halal di Pulau Lombok memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari pengembangan industri pariwisata. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan bagi pemerintah daerah dan masyarakat. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (Muslim dan Non-Muslim). Sikap dan perilaku wisatawan non-muslim menjadi sangat penting untuk diteliti mengingat aspek keberlanjutan produk wisata yang sudah ada. Dengan kata lain, jangan sampai kehadiran pariwisata halal akan menggantikan atau mematikan produk wisata konvensional atau bahkan wisatawan non muslim sampai tidak datang lagi berkunjung ke Lombok.

Penelitian ini memiliki urgensi yang sangat mendesak untuk segera dilaksanakan mengingat pengembangan pariwisata halal baik pada level global, nasional maupun lokal sudah pesat. Untuk menjaga harmonisasi wisatawan

muslim dan yang non-muslim diperlukan pengkajian mendalam tentang sikap dan perilaku terhadap produk wisata halal. Jika hal ini diabaikan, atau tidak mendapat perhatian serius stakeholder maka dapat mengakibatkan terjadinya iritasi dan gesekan dan bahkan konflik antarwisatawan. Kehadiran produk wisata halal jangan sampai menjadi “bom waktu” bagi wisata konvensional.

Dalam konteks ini, pariwisata halal perlu mendapat pendalaman dan analisis mengenai sikap dan perilaku wisatawan non-muslim secara komprehensif melalui pendekatan dan penerapan berbagai teori yang mendukung. Dengan demikian, pariwisata halal sebagai segmen baru, sebagai sebuah produk, ide, ataupun sebagai gagasan menjadi sangat penting untuk dilihat dari perspektif wisatawan non muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap produk wisata halal dan menganalisis sikap dan perilakunya untuk melakukan kunjungan ulang.



LANDASAN TEORI

Kajian Pariwisata Halal

Berbagai kajian yang relevan dengan pengembangan pariwisata halal adalah pertama, Farahani dan Henderson (2010: 79—89) menegaskan bahwa konsep halal (acceptable) yang berlandaskan hukum syariah berkaitan dengan aktifitas leisure menjadi fokus kajian ini. Peluang bagi wisatawan non-muslim untuk berkunjung namun ditempatkan di pulau terisolir (contoh kasus di Maldives) yang mengkhawatirkan adanya efek berbahaya wisatawan non-muslim terhadap penduduk lokal muslim. Kajian ini memfokuskan pada aspek hubungan antara Islam dan pariwisata, implikasi agama terhadap kebijakan pengembangan pariwisata di negara theocratic (negara yang system pemerintahannya dijalankan atas nama Allah/Tuhan) Iran dan Saudi Arabia. Kajian ini telah membuka wawasan menjadi lebih luas tentang wisata halal. Dilihat dari filosofisnya maka konsep wisata yang diterapkan di negara-negara theocratic landasan operasionalnya sangat tegas yakni syariat Islam. Bedanya dengan kajian halal tourism di Pulau Lombok terdapat pada konteks ini. Indonesia adalah NKRI yang berlandaskan pada falsafah UUD 45 dan Pancasila, bukan pada syariat Islam seperti kasus pada kajian ini (Iran dan Arab Saudi). Dengan demikian, kebijakan terkait halal tourism di Pulau Lombok pun harus mengadopsi dan mempertimbangkan sikap dan perilaku wisatawan non-muslim.

Kajiannya Jaelani (2017) meneliti tentang potensi dan prospek wisata halal di Indonesia menegaskan bahwa prospek Indonesia untuk menjadi kiblat wisata halal dunia sangat menjanjikan. Pengembangan wisata halal penting karena manfaatnya tidak hanya dapat dirasakan oleh wisatawan muslim tetapi juga wisatawan non-muslim. Hasil kajian ini menjadi penguat bahwa halal tourism di Pulau Lombok juga dapat diprediksi semakin bagus sepanjang aspek sikap dan perilaku wisatawan yang non-muslim juga tetap dijadikan sebagai

pertimbangan. El-Gohary Hatem (2016:124—130) menegaskan bahwa ketertarikan para peneliti dan praktisi untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai salah satu sumber perekonomian semakin besar. Wisata halal atau wisata islami (islamic tourism) memang berakar dari syariat Islam dimana setiap muslim dianjurkan untuk melakukan perjalanan dengan berbagai tujuan misalnya, haji dan umroh, pendidikan, medis (pengobatan), memperluas pengetahuan, dll. Kontribusinya, konsep halal tourism di Pulau Lombok jelas memiliki pembeda bahwa dasar atau landasan filosofisnya tetap pada syariat Islam namun nilai-nilai yang dipresentasikan memperlihatkan identitas tempat, sosial, dan budaya masyarakat NTB.

Selanjutnya, Mohsin, et al., (2016:137—143) mengkaji tentang peluang wisata halal dengan menumbuhkan kesadaran dari stakeholder pariwisata tentang perkembangan segmen pasar wisata halal. Penting untuk menyediakan informasi yang komprehensif tentang wisatawan halal kepada pelanggan. Kajian ini juga memberikan inspirasi untuk lebih menekankan pentingnya penyelarasan antara produk dan pelayanan dengan segmen pasar wisata halal yang ditargetkan. Ini substansial untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dengan minat khusus. Agar “Halal Tourism” di Pulau Lombok semakin dapat diterima oleh kalangan luas maka sikap dan perilaku wisatawan non-muslim menjadi sangat penting untuk dirujuk. Berikutnya, Battour, Mohamed dan Islamil (2016:150—154) mendalami bahwa keberhasilan dalam mengembangkan dan memasarkan destinasi wisata halal maka harus mengikuti pedoman atau petunjuk yang diadopsi dari prinsip-prinsip dan ajaran Islam dalam semua aspek kegiatan pariwisata. Kajian ini menjadi petunjuk awal bahwa konsep halal tourism tidak mesti harus diperkenalkan konsepsi fanatisme keagamaan kepada pelanggan baik wisatawan muslim maupun non-muslim. Kontes berbeda, Samori, et al., (2016:131—136) mengkaji



tentang konsep pengembangan pariwisata halal kekininan dan perbandingannya dengan pengembangan pariwisata halal di Negara-negara Asia. Kajian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembanding dalam memformulasikan konsep halal tourism dengan mempertimbangkan aspek sikap dan perilaku wisatawan non-muslim.

Kajian Sikap dan Perilaku Wisatawan

Mura dan Lattimore (2011) menegaskan bahwa wisatawan dapat dikategorikan berdasarkan heterogenitas kebutuhan, keinginan, motivasi, dan pola perilaku. Selain itu, kebutuhan wisatawan dari kalangan muda juga memiliki karakteristik tersendiri. Lebih lanjut, pola sikap dan perilaku wisatawan yang ditemukan dalam kajian ini adalah “let oneself go” yang berarti bahwa ada kebebasan wisatawan untuk pergi sendirian. Berikutnya, Jang and Feng (2008) menyatakan bahwa wisatawan akan melakukan kunjungan ulang (revisit) ke suatu destinasi karena beberapa alasan termasuk, mereduksi resiko, mendapatkan kepuasan emosional, dan mengeksplorasi.

Kozak and Kozak (2013) juga menyatakan bahwa terjadi perubahan pada pola liburan wisatawan. Meningkatnya wisatawan yang masuk dalam kategori kontemporer lebih banyak mencari pengalaman yang benar-benar asli dan tidak biasanya (the unusual and authentic experience). Mereka mencari 3 produk wisata yakni, “activities, culture and ecology” yang disingkat dengan (ACE). Kedua kajian tersebut setidaknya menjadi acuan dalam mengembangkan pariwisata halal dengan mempertimbangkan sikap dan perilaku wisatawan non-muslim yang datang ke Lombok.

METODE PENELITIAN

Adapun metode dari kajian ini adalah survey khususnya on-site survey. Metode ini sangat bermanfaat untuk mendapatkan data primer kepada wisatawan non-muslim dengan pertanyaan yang didesain berdasarkan Skala

Likerts untuk mengukur sikap, perilaku, dan niat atau keinginan untuk berkunjung ulang. Lebih lanjut, hasilnya dilakukan analisis isi (content analysis) dengan cara menginterpretasikan setiap pernyataan dari setiap respon yang disampaikan wisatawan terkait dengan fokus kajian. Pada metode ini, 10 mahasiswa juga dilibatkan sebagai surveyor. Dimana mereka dibekali terlebih dahulu tentang etika dan cara menyurvei wisatawan non-muslim yang ditemukan di destinasi.

Pada tahap pertama, data yang akan dikumpulkan adalah khusus masalah sikap wisatawan non-muslim terhadap pengembangan pariwisata halal di Pulau Lombok. Dilanjutkan dengan pengumpulan data tentang perilaku dan niat berkunjung balik pada tahapan kedua dan ketiga. Setelah itu, semua data dianalisis dengan menggunakan teori perilaku terencana (theory of planned behavior). Dimana teori ini menjadi alat yang bagus untuk melihat keterhubungan antara sikap, perilaku, dan niat untuk berkunjung ulang. Target wisatawan non-muslim yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan quota purposive sampling, sebanyak 90 orang yang berasal dari 5 negara asal wisatawan yakni, Belanda (30 orang), Inggris (30 orang), Australia (10 orang), Amerika (10 orang), dan Italia (10 orang).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sikap dan Perilaku Wisatawan Non-Muslim terhadap Pariwisata Halal di Lombok

Sikap dan Perilaku terhadap Praktek Umum Pariwisata Halal

Sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap praktek halal di Pulau Lombok dilihat dari 11 indikator. Pertama, kunjungan ke Negara-negara yang menerapkan hukum syariah atau ajaran Islam diketahui bahwa semua informan dari kelima negara menyetujui atau tidak mempermasalahkan untuk melakukan



kunjungan ke negara-negara Muslim yang menerapkan hukum syariah tau ajaran Islam termasuk Indonesia dan Lombok khususnya. Kedua, sebanyak 44% menyatakan sangat setuju bahwa kunjungan ke Negara-negara Muslim sebagai kesempatan untuk menikmati pengalaman agama lain. Prosentase ini sama dengan jumlah wisatawan yang tidak menyetujui hal tersebut.

Indikator ketiga, dinyatakan bahwa semua responden menyatakan bahwa kunjungan ke Negara-negara Muslim dianggap sebagai sebuah kekagetan budaya (culture shock). Keempat, tidak adanya keharusan atau kewajiban bagi wisatawan non-muslim untuk mengikuti aturan tertentu dinyatakan setuju oleh semua wisatawan. Kelima, pemahaman mereka terhadap wisata halal, wisata Islami, dan wisata ramah Muslim sebagian besar atau 78% mengetahuinya dan hanya 22% yang tidak mengetahuinya. Keenam, penggunaan burqini, pakaian renang di pantai atau kolam renang, dinyatakan bahwa 89% tidak setuju atau menolak hal tersebut sedangkan yang menerima hanya 11%.

Indikator ketujuh, pemakaian burqini di pantai atau di kolam renang sebagai pengaman baru dinyatakan bahwa 44% setuju akan hal tersebut sedangkan 56% tidak menyetujuinya. Kedelapan, fasilitas sholat bagi Muslim yang ditemukan di hotel (arah qiblat, al-qur'an, dan sajadah) 78% menyatakan setuju atau tidak memperlmasalahkannya sedangkan yang tidak setuju mencapai 22%. Kesembilan, Kitab suci harus ditempatkan di kamar hotel, 22% sangat setuju, 45% menyetujui, dan 33% tidak setuju. Kesepuluh, panggilan suara azan yang mengganggu, 77% menyatakan tidak mengganggu dan hanya 22% yang merasa terganggu dengan azan. Kesebelas, ketersediaan air di tempat wisata dinyatakan bahwa 44% sudah sangat bagus (tersedia) dan 55% menyatakan bagus.

Sikap dan Perilaku terhadap Makanan Halal

Sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap makanan halal di Pulau Lombok dapat dilihat dari 7 indikator berikut. Pertama, tentang pembelian produk dan jasa dan penyediaan makanan halal di dalam kamar hotel, semua negara asal wisatawan non muslim (Belanda, Inggris, Australia, Amerika, dan Italia) atau sekitar 77% menyatakan sangat setuju atau menerimanya. Begitupula dengan daging halal yang dimakan, 66% sangat setuju dan 34% menyetujui. Ketiga, mengganti daging babi dengan daging lain atau ikan, 44% menyetujui atau menerimanya dan 56% sangat tidak setuju atau menolak hal tersebut.

Indikator keempat, memesan minuman beralkohol di hotel dan restoran, sebagian besar responden atau 56% menyatakan tidak perlu mememesannya, 22% sangat membutuhkan dan sisanya membutuhkan (perlu). Kelima, pelarangan meminum alkohol di tempat-tempat umum mengganggu, 11% sangat setuju, 22% setuju, dan 57% tidak setuju. Keenam, mengonsumsi makanan halal, 11% sangat setuju dan 89% setuju sedangkan yang tidak setuju, tidak ada satu pun negara. Ketujuh, mengonsumsi makanan halal sebagai pengalaman baru, 33% menyatakan setuju dan 67% tidak setuju.

Sikap dan Perilaku terhadap Etika Islami

Indikator sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap etika Islami ada 4 yakni, larangan aktivitas prostitusi, larangan berciuman di tempat umum, larangan berjudi, dan sensor acara film dewasa di acara TV. Diketahui bahwa 55% responden tidak setuju dengan larangan aktivitas prostitusi. Dengan kata lain mereka menerima aktivitas tersebut yang bertentangan dengan etika Islam. Begitu pula dengan aktivitas berciuman di tempat umum, 88% tidak setuju dengan adanya larangan tersebut, hanya 11% yang setuju. Sementara itu, larangan untuk bermain judi dan kasino, semua responden (100%) setuju dengan larangan tersebut. Untuk sensor film



orang dewasa pada acara TV, 66% setuju, 22% tidak setuju, dan 11% sangat setuju. Sikap dan Perilaku terhadap Perbedaan Gender

Pemisahan gender di kolam renang dan pantai, pemesanan kamar hotel dengan menerapkan pemisahan gender dan lantai terpisah untuk wanita yang belum menikah menjadi indikator sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap perbedaan gender. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa sebagian besar wisatawan non-muslim (89%) tidak setuju dengan pemisahan gender di kolam renang dan pantai dan hanya 11% yang sangat setuju. Indikator kedua adalah pemisahan gender untuk pemesanan kamar hotel juga mendapat respon 66% yang tidak setuju, 22% setuju, dan hanya 11% yang sangat setuju sedangkan pemisahan lantai kamar untuk perempuan yang belum menikah 89% menyetujui dan hanya 11% yang tidak setuju.

Sikap dan Perilaku terhadap Cara Berpakaian Islami

Empat indikator yang digunakan untuk mengukur sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap cara berpakaian Islami adalah: pertama, observasi staff hotel terhadap cara berpakaian Islami, penggunaan hijab di tempat umum, penggunaan pakaian Islami ketika mengunjungi masjid atau musholla, dan melepas sepatu ketika memasuki masjid. Berdasarkan Tabel 4.5 dijelaskan bahwa 89% responden menyetujui pemeriksaan cara berpakaian Islami oleh staff hotel. Artinya wisatawan non-muslim tidak merasa terganggu dengan hal tersebut dan 11% menyatakan sangat setuju untuk dilakukan observasi. Begitu pula penggunaan hijab di tempat umum, 89% setuju dan 11% sangat setuju terhadap penggunaan hijab di tempat umum. Indikator lainnya adalah permintaan untuk menggunakan pakaian Islami ketika memasuki masjid, 89% menyetujuinya dan hanya 11% yang tidak setuju. Nilai respon ini sama dengan permintaan untuk melepaskan sepatu ketika memasuki masjid atau musholla

juga dianggap tidak mengganggu wisatawan non-muslim yang berkunjung ke Pulau Lombok.

Analisis Keinginan (Intentions) Berkunjung Ulang Wisatawan Non-Muslim Ke Lombok Berdasarkan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

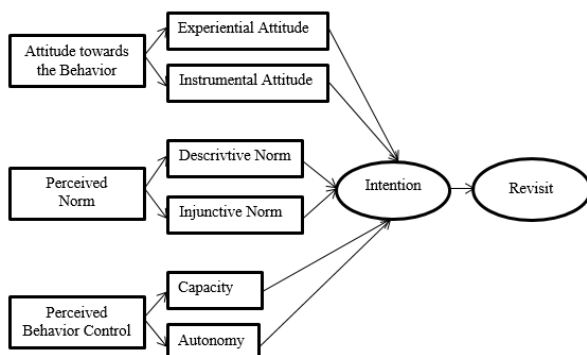
Dengan mendasarkan pada lima dimensi wisata halal di Pulau Lombok yakni, praktek umum wisata halal, makanan halal, etika Islami, perbedaan gender, dan tata cara berpakaian Islami maka Theory of Planned Behavior (TPB) yang diperkenalkan Ajzen (1985) menguraikan berikut ini. Dimensi pertama, praktek umum pariwisata halal. Dengan mendasarkan pada formulasi TPB maka dapat dianalisis bahwa praktek umum wisata halal di Lombok sebagian besar wisatawan non-muslim dapat menerimanya. Sikap dan perilakunya terbentuk oleh pengalamannya, seperti berkunjung ke negara yang menerapkan ajaran islam, kesempatan mengenal agama lain, berkunjung ke negara-negara muslim, pemahaman tentang wisata halal, wisata Islami, dan wisata ramah Muslim, suara azan dan pengalaman memakai burqini. Keenam indikator tersebut dikategorikan sebagai experiential attitude. Dengan demikian, sikap dan perilaku wisatawan non-muslim dengan mendasarkan pada pengalamannya maka keinginan untuk berkunjung ulang ke Lombok diprediksi tetap ada.

Sementara itu, instrumental attitude yang diperlihatkan wisatawan non-muslim indikatornya adalah penerapan ajaran Islam, aturan-aturan bagi wisatawan non-muslim yang tidak mewajibkan, pemakaian busana renang di pantai atau di kolam renang, arah kiblat, Al-Quran, sajadah di dalam kamar hotel, dan ketersediaan air di tempat umum. Dalam hal ini, indikator instrumental dapat membentuk sikap dan perilaku wisatawan non-muslim untuk mempertimbangkan keinginannya untuk berkunjung ulang atau tidak ke Pulau Lombok. Dimensi kedua,



berdasarkan ketujuh dimensi makanan halal di atas maka secara umum dapat dikatakan bahwa persepsi dan perilaku wisatawan non-muslim hampir sama porsinya, sebagian ada yang sangat menyetujuinya dan sebagian lainnya tidak setuju. Artinya bahwa TPB dapat membentuk dan juga memungkinkan menjadi kendala wisatawan non-muslim karena makanan halal untuk berkunjung ulang.

Gambar 1. Formulasi Sikap dan Perilaku TPB



Sumber: Ajzen (2002)

Sementara itu, sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap etika Islami dengan mendasarkan pada indikator pertama dan kedua maka dapat diduga keinginan berkunjung ulang mereka ke Pulau Lombok sulit terjadi karena aktivitas prostitusi dan berciuman di tempat umum adalah budaya mereka yang notabeneanya sangat berlawanan dengan ajaran Islam. Indikator ketiga dan keempat menjelaskan bahwa judi dan kasino menjadi sikap dan perilaku positif semua wisatawan yang menolak hal tersebut. Ini menjadi pendorong wisatawan untuk berkunjung ulang karena sejalan dengan ajaran dan etika Islam begitu pula dengan sensor film orang dewasa pada acara TV sebagian besar menyetujuinya.

Dalam ajaran Islam keduanya sangat dilarang karena dapat mengganggu moral manusia. Dimensi perbedaan terhadap gender mendapat penolakan oleh sebagian besar wisatawan non-muslim terhadap praktek wisata halal di Pulau Lombok dimana tiga

indikator (pemisahan gender untuk pemesanan kamar hotel tidak disetujui, pemisahan lantai kamar untuk perempuan yang belum menikah banyak yang menyetujuinya. Dalam hal ini, menurut TPB, maka wisatawan non-muslim memiliki keinginan kuat untuk berkunjung ulang berdasarkan formasi dari sikap dan perilaku individu yang diterimanya. Dimensi terakhir adalah etika berpakaian secara islami, dimana indikatornya adalah permintaan untuk menggunakan pakaian Islami ketika memasuki masjid sebagian besar diterima, sama dengan permintaan untuk melepaskan sepatu ketika memasuki masjid atau musholla juga dianggap tidak mengganggu wisatawan non-muslim yang berkunjung ke Pulau Lombok. Dengan demikian, keinginan untuk berkunjung ulang dipastikan tinggi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan penelitian tentang sikap dan perilaku wisatawan non-muslim terhadap pariwisata halal dan keinginan (intentions) wisatawan non-muslim untuk berkunjung ulang ke Lombok dengan mendasarkan pada 5 dimensi maka disimpulkan: dimensi pertama; sikap dan perilaku terhadap praktek umum pariwisata halal sebagian besar wisatawan non-muslim dapat menerimanya konsekuensinya keinginan untuk berkunjung ulang ke Lombok diprediksi tetap ada. Dimensi kedua; sikap dan perilaku terhadap etika Islami diprediksi keinginan untuk berkunjung ulang wisatawan non-muslim ke Pulau Lombok sulit terjadi karena aktivitas prostitusi dan berciuman di tempat umum adalah budaya mereka yang notabeneanya sangat berlawanan dengan ajaran Islam.

Dimensi ketiga dan keempat bahwa judi dan kasino menjadi sikap dan perilaku positif di mana semua wisatawan menolak hal tersebut. Ini menjadi pendorong wisatawan untuk berkunjung ulang ke Pulau Lombok. Dimensi kelima;



Sikap dan perilaku terhadap makanan halal dimana wisatawan non-muslim sebagian ada yang sangat menyetujuinya dan sebagian lainnya tidak setuju. Ini berarti bahwa keinginan untuk berkunjung ulang berada antara ya dan tidak. Dimensi keenam; perbedaan terhadap gender mendapat penolakan oleh sebagian besar wisatawan non-muslim terhadap praktek wisata halal di Pulau Lombok. Dalam hal ini, menurut TPB, wisatawan non-muslim memiliki keinginan kuat untuk berkunjung ulang berdasarkan formasi dari sikap dan perilaku individu yang diterimanya. Dimensi terakhir adalah etika berpakaian secara islami, sebagian besar wisatawan non-muslim dapat menerimanya dan keinginan untuk berkunjung ulang dipastikan tinggi.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka saran yang disampaikan adalah: pertama, hasil kajian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh para stakeholder pariwisata halal di Pulau Lombok untuk pengembangan lebih lanjut. Pengalaman wisatawan menjadi substansial karena sikap dan perilaku mereka (wisatawan non-muslim) terbentuk secara alami di destinasi. Hal ini dapat dijadikan sebagai material promosi dan pemasaran yang bernilai tinggi. Untuk itu, keberlanjutan pengembangan dan pemasaran wisata halal harus selalu mendasarkan pada hasil kajian dan pengalaman wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Battour, M, and Ismail, M.N. 2016. Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Journal of Tourism Management Perspectives*. Vol.19, Part, B, (150-154).
- [2] Farahani, H. Z and Henderson, J.C. 2010. Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Case of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 79—89.
- [3] El-Gohary, H. 2016. Halal tourism, is it really Halal?. *Journal of Tourism Management Perspectives*. Vol. 19, Part B, (124-130).
- [4] Jaelani, A. 2017. *Industry Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*. MPRA Paper No. 76237. Available at: <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/76237>
- [5] Mohsin, A., et al., 2016. Halal tourism: Emerging opportunities. *Journal of Tourism Management Perspectives*. Vol. 19, Part B, (137-143).
- [6] Mura Dan Lattimore, 2011. Away from home: a new revelation of young tourist behavior tourism Analysis, Vol. 16, Pp. 721–727
- [7] Kozak and Kozak, 2013. Aspects of tourist behavior. *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 25, No. 2, 318–321.
- [8] Ajzen I (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis.*, 50(2): 179-211.
- [9] Ajzen I (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *J. Appl. Soc. Psychol.*, 32: 665-683.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN